N° 11-621-MIF au catalogue — N° 056
ISSN : 1707-0511
ISBN : 978-0-662-09210-0

Document analytique

Analyse en bref

Ventes en gros : un bilan de l'année 2006

par Marc Atkins

Division de la statistique du commerce
Immeuble Jean-Talon, 11e étage, Ottawa, K1A 0T6

Téléphone : 1-800-263-1136

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

Ventes en gros : un bilan de l'année 2006

Marc Atkins

Comité de revue : Richard Evans, John Flanders, Jean Lebreux, Helen McDonald et Catherine Mamay

Rédacteur : Christian Houle

Rédacteur en chef : Yvan Gervais

Publication : Debi Soucy

Mai 2007

N° 11-621-MIF2007056 au catalogue
ISSN : 1707-0511
ISBN : 978-0-662-09210-0

Fréquence : hors série
Ottawa

Pour obtenir de plus amples renseignements :
Service national de renseignements : 1-800-263-1136
Demandes par courriel : analysisinbrief-analyseenbref@statcan.ca

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada
© Ministre de l'Industrie, 2007

Tous droits réservés. Le contenu de la présente publication électronique peut être reproduit en tout ou en partie, et par quelque moyen que ce soit, sans autre permission de Statistique Canada, sous réserve que la reproduction soit effectuée uniquement à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé destiné aux journaux et/ou à des fins non commerciales. Statistique Canada doit être cité comme suit : Source (ou « Adapté de », s'il y a lieu) : Statistique Canada, année de publication, nom du produit, numéro au catalogue, volume et numéro, période de référence et page(s). Autrement, il est interdit de reproduire le contenu de la présente publication, ou de l'emmagasiner dans un système d'extraction, ou de le transmettre sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, reproduction électronique, mécanique, photographique, pour quelque fin que ce soit, sans l'autorisation écrite préalable des Services d'octroi de licences, Division des services à la clientèle, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Ventes en gros : un bilan de l'année 2006

Marc Atkins, Division de la statistique du commerce

Résumé

Les grossistes canadiens se sont imposés encore une fois comme un moteur important de la croissance économique en 2006 en affichant une troisième année consécutive de forte croissance, surtout grâce au dynamisme des deux provinces les plus à l'Ouest du pays.

La vigueur persistante des ventes de machines et de fournitures électroniques ainsi que la forte demande de biens de consommation ont propulsé cette branche d'activité vers de nouveaux sommets.

À l'échelle du pays, les ventes en gros ont augmenté de 6,3 % pour se chiffrer à 497,4 milliards de dollars (courants) en 2006, un gain légèrement supérieur à celui de 5,2 % enregistré l'année précédente. Après correction pour l'inflation, cette progression s'établit à 7,4 %, ce qui indique que la croissance de la valeur des ventes de 2006 était attribuable à une hausse du volume.

En dollars constants, la croissance du commerce de gros au Canada a connu en 2006 sa deuxième meilleure performance des sept dernières années.

Employant en moyenne presque 740 000 Canadiens en 2006, le commerce de gros tient une place importante dans l'économie canadienne. Ce secteur a aussi été à l'origine de 6,7 % de la production économique du pays, telle que mesurée par le produit intérieur brut (PIB).

Comme en 2005, les grossistes ont continué de profiter de l'essor économique de l'Ouest du Canada. Le boom économique et démographique, surtout en Alberta, s'est fait sentir tout particulièrement dans la demande croissante de machines et de fournitures électroniques ainsi que d'articles personnels et ménagers. Les hausses les plus fortes en 2006 ont été constatées dans ces deux secteurs du commerce de gros.

Les grossistes albertains ont connu une autre année exceptionnelle. La croissance des ventes de 13,0 %, qui leur a valu le premier rang au pays à ce chapitre, marque aussi la troisième hausse annuelle consécutive supérieure à 10 % en Alberta. C'est essentiellement la Colombie-Britannique qui a accaparé le reste de la croissance observée dans l'Ouest du Canada.

Les ventes en Ontario — qui représentent la moitié de toutes les ventes en gros — se sont également redressées après une année 2005 relativement sans éclat, alors que dans les provinces de l'Atlantique, c'est Terre-Neuve-et-Labrador qui a mené le bal pour une deuxième année d'affilée.

L'augmentation de l'ensemble des ventes en gros a contribué à faire de 2006 une autre année rentable, les bénéfices dans ce secteur ayant grimpé de 15,1 % pour atteindre un sommet inégalé de 16,6 milliards de dollars.

Le présent rapport fait le bilan de la performance du commerce de gros à l'échelle nationale et régionale en 2006 ainsi que de quelques-uns des principaux facteurs ayant une incidence sur cette performance. (À moins d'indications contraires, toutes les données sont exprimées en dollars courants, c'est-à-dire que les montants ne sont pas ajustés en fonction de l'inflation.)

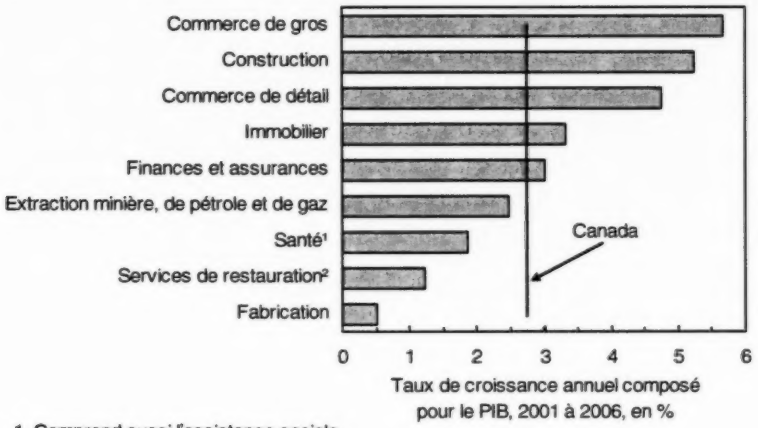
Le commerce de gros : une source de croissance économique

Le commerce de gros, qui a connu en 2006 une troisième année consécutive de forte croissance, s'est imposé comme l'un des principaux moteurs de l'économie ces dernières années.

Entre 2001 et 2006, la production du commerce de gros, telle que mesurée par le produit intérieur brut, a progressé à un rythme deux fois plus rapide que celui de l'ensemble de l'économie, de sorte que cette branche d'activité se classe au premier rang des grands secteurs d'activité au chapitre de la croissance durant cette période.

En moyenne, ce secteur a employé presque 740 000 Canadiens en 2006 et a été à l'origine de 6,7 % de la production économique du pays, telle que mesurée par le produit intérieur brut (PIB). En comparaison, les secteurs de la construction et du commerce de détail ont été à l'origine de 6,1 % du PIB total chacun alors que le secteur des soins de santé et de l'assistance sociale ont généré 5,6 % du PIB. Le secteur de la fabrication a été le plus important contributeur ayant été à l'origine 15,9 % du PIB total.

Graphique 1 Le commerce de gros prend le premier rang pour ce qui est de la croissance moyenne du PIB au cours des cinq dernières années



1. Comprend aussi l'assistance sociale.
2. Comprend aussi l'hébergement.

Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 379-0017.

En tant qu'intermédiaires dans l'économie, les grossistes ont profité à la fois des investissements considérables des entreprises, lesquels ont été stimulés par des bilans financiers positifs et des niveaux record d'emploi qui continuent de soutenir la forte augmentation des dépenses des consommateurs.

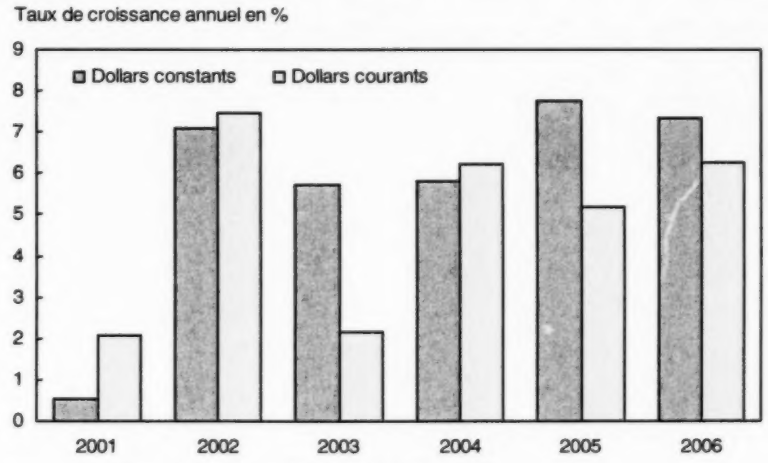
L'expansion du commerce de gros est aussi marquée par les effets de la mondialisation. Comme on fabrique moins de biens de consommation au Canada, les grossistes sont devenus de plus en plus des acheteurs et des distributeurs de produits désormais fabriqués à l'étranger. Par conséquent, bon nombre d'entre eux doivent assumer de nouvelles responsabilités dans le domaine de la sous-traitance internationale en plus de gérer une logistique et des activités d'entreposage nettement plus complexes. Ces nouvelles fonctions ont contribué à l'essor du secteur et à son importance accrue dans l'économie.

Afin de faire face à ces nouveaux défis, les grossistes se sont aussi tournés rapidement vers les nouvelles technologies de l'information et des communications comme Internet. En conséquence, la productivité du travail de cette industrie est l'une des meilleures au Canada.

Exprimée en dollars constants, c'est-à-dire une fois l'effet de la variation des prix neutralisé de manière à mesurer les changements de volume, la croissance des ventes en gros est encore plus apparente.

En 2006, les ventes en gros ont augmenté de 6,3 % pour se chiffrer à 497,4 milliards de dollars, un taux de croissance légèrement supérieur à celui de 5,2 % observé l'année précédente. Cependant, après correction pour l'inflation, cette progression s'établit à 7,4 %, l'augmentation des ventes en dollars constants ayant été supérieure à la hausse en dollars courants pour la troisième fois en quatre ans. Un portion de l'écart entre les deux séries peut s'expliquer par l'appréciation du dollar Canadien, entraînant une baisse des prix pour plusieurs produits en gros dont les prix sont négociés en devises américaines. Un autre facteur réside en une déflation continue des prix de certains produits, comme les ordinateurs et autres appareils électroniques. À cause de cette déflation, la croissance des ventes en dollars courants sous-estime la croissance réelle dans ce secteur.

Graphique 2 La croissance du commerce de gros en dollars constants surpasse la croissance en dollars courants pour une deuxième année consécutive



Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 081-0009.

Machines et fournitures électroniques : les investissements des entreprises continuent de soutenir les ventes

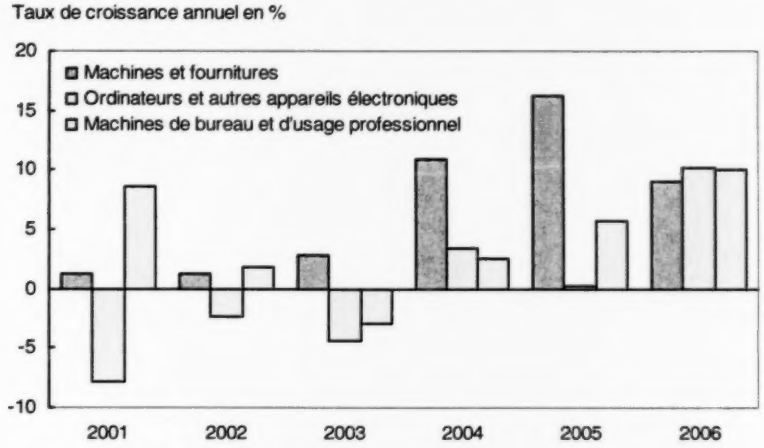
Pour une troisième année d'affilée, les entreprises canadiennes ont fait des investissements considérables dans les machines et les fournitures électroniques. Les ventes en gros dans ce secteur ont augmenté de 9,7 % pour se fixer à 104,8 milliards de dollars, franchissant ainsi pour la première fois en 2006 la barre des 100 milliards de dollars.

Ce secteur, formé de trois groupes de commerce (les machines et fournitures, les ordinateurs et autres appareils électroniques, et les machines de bureau et d'usage professionnel) est à l'origine de plus du cinquième (21 %) des ventes en gros totales, ce qui en fait le premier secteur en importance du commerce de gros.

Les industries de l'extraction minière et de l'énergie ont encore une fois accaparé la majeure partie des investissements dans ce secteur, surtout en Alberta, qui s'est enrichie d'importantes infrastructures d'exploitation des sables bitumineux. Cette hausse des investissements des entreprises peut avoir également pris appui sur l'appréciation du dollar canadien. Si le taux de change a posé des défis de taille à de nombreuses entreprises axées sur les exportations, il a, par ailleurs, contribué à réduire le coût des biens d'équipement, dont les prix sont souvent établis en dollars américains. En 2006, le huard valait en moyenne 88,12 cents américains, comparativement à 82,53 cents américains en 2005[1].

En 2005, environ 80 % de l'expansion du secteur des machines et fournitures électroniques avait été attribuable aux ventes du groupe des machines et des fournitures. En 2006, par contre, la croissance s'est répartie plus uniformément, les deux autres groupes de commerce — ordinateurs et autres appareils électroniques, et machines de bureau et d'usage professionnel — ayant également affiché de bons résultats.

Graphique 3 Machines et fournitures électroniques : la croissance des ventes d'ordinateurs et de machines de bureau atteint un sommet inégalé depuis 2001



Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 081-0009.

Ainsi, les ventes d'ordinateurs et d'autres appareils électroniques ont augmenté de 10,0 % pour se chiffrer à près de 31,5 milliards de dollars. Cette hausse représente le taux de croissance le plus élevé observé dans ce groupe de commerce depuis 1999. Par ailleurs, les ventes de machines de bureau et d'usage professionnel ont grimpé de 10,1 % pour s'établir à près de 23,9 milliards de dollars.

1. Source : Banque du Canada, http://www.banqueducanada.ca/fr/taux/echange.html (site consulté le 18 avril 2006).

Le redressement des ventes d'ordinateurs et d'autres appareils électroniques s'est produit après plusieurs années assez ternes et s'est concrétisé malgré la baisse continue des prix des ordinateurs et d'autres appareils électroniques.

Le déplacement marqué des activités vers la Chine a fait de ce pays un fournisseur d'ordinateurs privilégié au cours de la dernière décennie. Entre 1997 et 2006, la part des importations canadiennes d'ordinateurs en provenance de la Chine est passée de 2 % seulement à 39 %. Ce phénomène, associé à la capacité de produire des biens à moindre coût, a eu des répercussions sur les prix.

Les ventes d'ordinateurs et d'appareils électroniques en dollars constants — c'est-à-dire une fois neutralisé l'effet de ces baisses de prix — ont en fait progressé deux fois plus vite que les ventes en dollars courants au cours des dernières années.

Les dépenses records des consommateurs donnent un élan aux ventes d'articles personnels et ménagers

Le niveau élevé des dépenses des consommateurs a aidé les grossistes d'articles personnels et ménagers à obtenir leurs meilleurs résultats depuis 2002, les ventes totales de ce secteur ayant augmenté de 8,3 %, après avoir enregistré une croissance déjà impressionnante de 7,0 % l'année précédente.

La plus grande part de la croissance dans ce secteur du commerce de gros est attribuable à une plus grande demande des détaillants. Pour l'ensemble de l'année 2006, les ventes au détail ont affiché leur taux de croissance le plus élevé en neuf ans, et les hausses les plus fortes ont été observées dans les catégories des meubles de maison, des articles de pharmacie et de soins personnels, ainsi que des vêtements.

De nombreux biens de consommation distribués par les grossistes sont importés. En 2006, les importations de biens de consommation tels que les meubles de maison, les vêtements, les chaussures et les appareils électroniques grand public ont enregistré le taux de croissance le plus haut en quatre ans[2].

Les trois groupes de commerce qui forment ce secteur ont participé à son expansion. Près de la moitié de la hausse de la valeur s'explique par une progression de 12,9 % des ventes d'articles ménagers et personnels; il s'agit des meilleurs résultats enregistrés par ce groupe depuis 1997.

Les grossistes de produits pharmaceutiques ont aussi connu une autre bonne année (+6,1 %), alors que les ventes de vêtements ont progressé modestement (+1,0 %).

Les ventes de produits pharmaceutiques ont progressé à un rythme relativement constant au cours des dernières années. En effet, les consommateurs consacrent une proportion grandissante de leurs dépenses aux produits de soins de santé. Selon les données de l'Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail, les médicaments sur ordonnance comptent parmi les segments du commerce de détail qui ont connu les hausses les plus fortes ces dernières années[3].

---

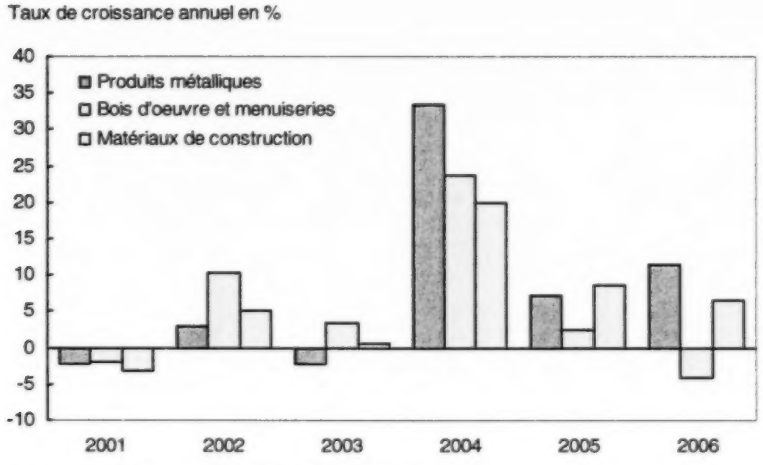
2. Voir Revue trimestrielle des comptes économiques canadiens, produit n° 13-010-XWF au catalogue de Statistique Canada, volume 5, no 4, mars 2007, http://www.statcan.ca/francais/freepub/13-010-XIF/13-010-XIF2006004.htm (site consulté le 2 mai 2007).
3. Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 080-0018.

Matériaux de construction : les produits métalliques à la hausse mais les produits en bois d'œuvre à la baisse

Les grossistes du secteur des matériaux de construction ont déclaré des ventes de plus de 70 milliards de dollars en 2006, en hausse de 6,6 % par rapport à 2005, mais le taux de croissance est inférieur à celui de l'année précédente (+8,5 %).

Les groupes de commerce de ce secteur ont obtenu des résultats variables. Si les ventes de produits métalliques (+11,5 %) et de matériaux de construction (+8,5 %) ont considérablement augmenté, les grossistes de produits en bois d'œuvre ont accusé leur premier recul (-4,2 %) depuis 2001.

Graphique 4 La faiblesse des ventes de bois d'œuvre freine la croissance du secteur des matériaux de construction en 2006



Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 081-0007.

Le ralentissement du marché américain de l'habitation — qui continue de générer une demande importante de bois d'œuvre en provenance du Canada — explique dans une large mesure la diminution des ventes de bois d'œuvre. Cette baisse s'est produite malgré le règlement du long conflit qui opposait le Canada et les États-Unis dans ce secteur. S'il a permis d'assurer un certain degré de certitude aux exportateurs qui destinent leurs produits au marché américain, l'accord a tout de même imposé de nouvelles taxes sur les exportations canadiennes. Sur une note plus positive, le maintien d'une forte demande de la part des constructeurs canadiens a probablement donné un peu de répit à cette industrie au cours de l'année.

Le dynamisme du secteur pétrolier et gazier en Alberta, combiné à des niveaux sans précédent d'activité de construction dans l'Ouest canadien, a continué de stimuler la demande de produits métallurgiques offerts par les grossistes. Dans la même foulée, les ventes ont augmenté sous l'effet des investissements importants en construction de bâtiments non résidentiels, qui ont établi un sixième record annuel consécutif en 2006, surtout grâce aux hausses exceptionnelles enregistrées en Alberta et en Colombie-Britannique. Ensemble, ces deux provinces ont contribué à plus de 80 % de la croissance totale des investissements non résidentiels au cours de l'année.

Les niveaux records atteints dans le secteur de la construction résidentielle et non résidentielle ont également contribué à dynamiser les ventes de matériaux de construction. En outre, les Canadiens ont continué d'investir dans l'amélioration de leurs résidences en 2006, ce qui a entraîné une hausse de la valeur des rénovations pour une huitième année consécutive. Les dépenses au titre des rénovations ont représenté une partie appréciable des investissements totaux dans les bâtiments résidentiels.

Le secteur de l'automobile change de vitesse

Après trois années de croissance négligeable ou nulle, le commerce de gros des produits automobiles a progressé de 4,5 % en 2006, grâce à l'accroissement des ventes dans le groupe des véhicules automobiles. Les ventes des grossistes de pièces d'automobiles, en revanche, ont peu bougé.

La progression du groupe des véhicules automobiles a été accentuée par une croissance supérieure à 10 % des ventes de camions lourds et de véhicules récréatifs. Les ventes de ces véhicules ont représenté environ 20 % des ventes totales dans ce groupe de commerce, mais elles ont été à l'origine de 40 % de la croissance enregistrée en 2006.

Les ventes en gros de voitures particulières et de camions légers ont augmenté à un taux plus modéré de 3,7 % en 2006. Les ventes totales ont été restreintes en raison de la diminution de la demande américaine de bon nombre de véhicules de fabrication canadienne. Les exportations de voitures particulières ont chuté de 4,7 % en 2006.

Le fléchissement de la demande américaine de véhicules automobiles tranche avec la vigueur de la demande exprimée sur le marché canadien, les ventes de véhicules automobiles neufs ayant atteint leur deuxième sommet jamais enregistré. Selon l'Enquête sur les ventes de véhicules automobiles neufs, 1 666 327 véhicules ont été vendus en 2006, en hausse de 2,2 % par rapport à 2005[4].

La vitalité du marché canadien a profité aux grossistes, puisque plus de la moitié des véhicules automobiles qu'ils distribuent sont importés. Les importations de voitures particulières ont poursuivi leur ascension : elles ont grimpé de 6,9 % en 2006 après avoir augmenté de 5,0 % l'année précédente. En 2006, la majeure partie de la croissance des importations de voitures particulières a été imputable aux véhicules fabriqués hors de l'Amérique du Nord.

Prairies : l'Alberta poursuit sur sa lancée

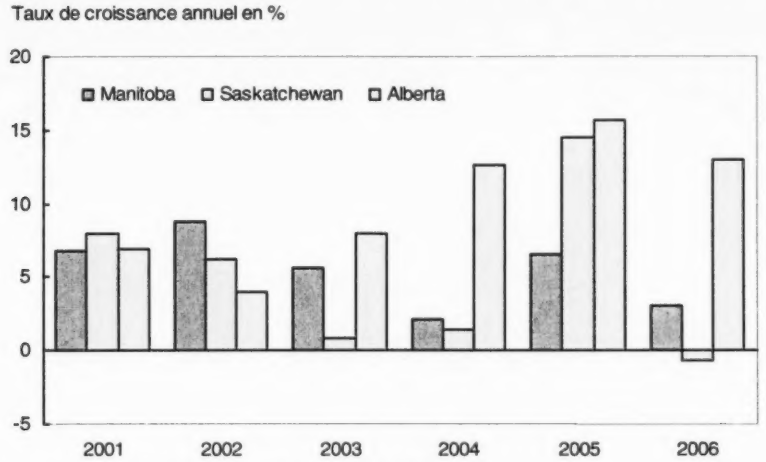
En Alberta, les investissements dans le secteur de l'énergie, conjugués à une forte demande dans le secteur des ménages, ont continué de soutenir la demande de biens vendus en gros en 2006. Les grossistes albertains ont connu une autre année exceptionnelle, l'augmentation de 13,0 % de leurs ventes les classant en tête de liste au pays.

Cette croissance est d'autant plus impressionnante qu'elle fait suite à une augmentation de 15,7 % en 2005 et marque une troisième hausse annuelle consécutive supérieure à 10 % dans cette province.

---

4. Pour plus de détails, voir Ashley Ker, « Ventes de véhicules automobiles neufs : bilan de l'année 2006 », *Analyse en bref*, produit n° 11-621-MIF2007054 au catalogue de Statistique Canada, avril 2007, http://www.statcan.ca/francais/research/11-621-MIF/11-621-MIF2007054.htm (site consulté le 23 avril 2007).

Graphique 5 L'Alberta mène le bal des ventes en gros dans les Prairies depuis 2003



Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 081-0007.

Le secteur des machines et des fournitures électroniques (+14,7 %) et celui des matériaux de construction (+18,1 %) ont le plus contribué à la croissance globale de la province, représentant 60 % de celle- ci. Figurent parmi les principaux facteurs à l'origine de la croissance de ces secteurs, l'expansion soutenue des activités d'exploitation des sables bitumineux, les niveaux élevés de constructions commerciales combinés à des taux inférieurs d'inoccupation des bureaux et à l'effervescence du marché de l'habitation.

Les grossistes albertains de produits automobiles ont, eux aussi, obtenu de très bons résultats en 2006 (+26,6 %), surtout grâce à une poussée de la demande de camions lourds, dont les ventes ont plus que doublé au cours des deux dernières années. Les ventes de camions lourds forment la majeure partie des ventes de véhicules automobiles en Alberta.

Après avoir affiché une forte hausse en 2005, les ventes en Saskatchewan ont baissé en 2006 (-0,6 %), les grossistes de cette province ayant accusé leur premier recul sur douze mois depuis 1999.

Toutefois, ce repli est presque entièrement attribuable à la diminution des ventes du groupe des « produits divers », qui avait enregistré des hausses supérieures à 10 % au cours des trois années précédentes. Ce groupe de commerce représente environ 30 % de l'ensemble des ventes en gros en Saskatchewan. En 2006, les ventes ont été ralenties à cause d'un retard inattendu à conclure un nouvel accord sur l'exportation d'engrais avec un important client d'outre-mer.

Abstraction faite du secteur des « produits divers », les ventes en Saskatchewan ont augmenté de 4 % en 2006, les hausses les plus marquées étant observées dans le secteur des produits alimentaires et dans celui des matériaux de construction.

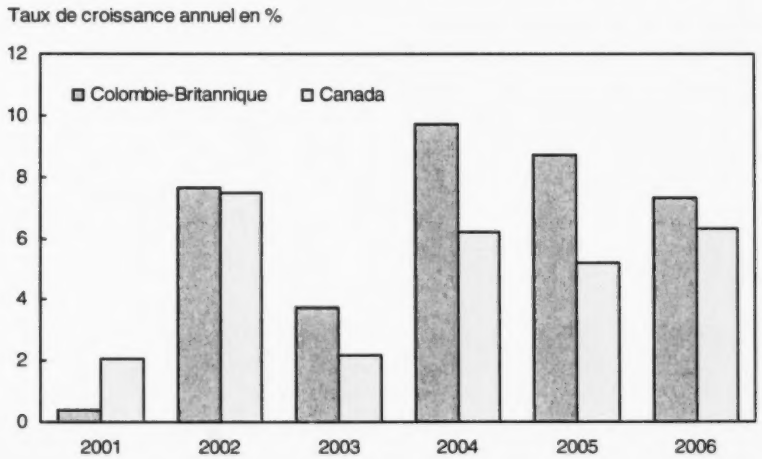
Au Manitoba, les ventes totales ont progressé de 3,1 % pour se chiffrer à tout près de 12 milliards de dollars. Le secteur des machines et des fournitures a connu une autre bonne année, les ventes ayant grimpé d'environ 10 % pour une deuxième année d'affilée. Après avoir légèrement fléchi en 2005, le secteur des « produits divers » a aussi connu une bonne année, les ventes ayant été stimulées par une demande accrue de fournitures agricoles.

Colombie-Britannique : cinquième hausse supérieure à la moyenne

En 2006, la croissance des ventes en Colombie-Britannique a dépassé la moyenne nationale pour une cinquième année consécutive. C'est la seule province qui a réussi un tel exploit au cours de cette période.

Les ventes totales ont crû de 7,3 % en 2006 pour atteindre 50,7 milliards de dollars, après avoir grimpé de 8,7 % en 2005. Exception faite du secteur des produits agricoles, qui représente moins de 1 % des ventes en gros de la province, tous les secteurs du commerce de gros ont affiché des hausses en 2006.

Graphique 6 Le taux de croissance en Colombie-Britannique dépasse la moyenne nationale pour une cinquième année consécutive



Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 081-0007.

La plus forte hausse a été observée dans le secteur des machines et des fournitures électroniques (+13,6%), sous l'effet de la demande accrue de biens d'investissement de la part des entreprises. La progression des ventes dans ce secteur fait suite à une croissance déjà impressionnante de 11,8 % observée l'année précédente et marque la troisième année d'affilée durant laquelle l'augmentation a été supérieure à 10 %. Toujours dans ce secteur, l'augmentation la plus marquée a été signalée dans le groupe des machines et des fournitures, les ventes de ces produits ayant fait un bond de 17,5 %. Les ventes en gros d'ordinateurs ainsi que de machines de bureau et d'usage professionnel ont aussi été bonnes en 2006.

Dans le secteur des matériaux de construction, les ventes (+8,5 %) ont été stimulées par la forte demande de matériaux de construction. On a aussi relevé un niveau très élevé de ventes de produits métalliques. Le seul mouvement de repli s'est produit dans le groupe de commerce du bois d'œuvre, qui a subi les contrecoups du relâchement du marché de l'habitation aux États-Unis. En 2006, la Colombie-Britannique était à l'origine d'environ 40 % des ventes en gros de bois d'œuvre du Canada.

Parallèlement, la forte croissance de l'emploi — seule l'Alberta devance la Colombie-Britannique à ce chapitre en 2006 — a permis aux ventes du secteur des articles ménagers de progresser de

10,6 % en 2006, après une augmentation de 6,3 % l'année précédente. L'expansion de ce secteur est attribuable à l'augmentation des ventes d'articles ménagers et personnels ainsi que de vêtements, les ventes de produits pharmaceutiques ayant légèrement diminué.

Ontario : la croissance se raffermit

L'imposant secteur du commerce de gros de l'Ontario s'est redressé après une année 2005 décevante et a affiché sa meilleure performance depuis 2002. Au total, les grossistes de la province ont vendu des biens d'une valeur de plus de 250 milliards de dollars, en hausse de 6,4 % par rapport à 2005, ce qui représente un taux de croissance nettement supérieur au taux de 2,1 % observé l'année précédente.

Des hausses supérieures à 10 % dans le secteur des machines et des fournitures électroniques (+10,2 %) et dans celui des articles personnels et ménagers (+10,6 %) expliquent dans une large mesure la croissance enregistrée en 2006. De plus, l'important secteur de l'automobile (+3,6) a mis un terme à une dégringolade qui a duré trois ans, notamment grâce à une reprise des ventes de véhicules automobiles.

En 2006, les grossistes de l'Ontario ont été à l'origine d'environ 79 % de l'ensemble des ventes canadiennes du secteur des véhicules automobiles, lequel représente plus du quart des ventes en gros en Ontario. Par ailleurs, plus des deux tiers des ventes des grossistes de l'Ontario se sont faites sur le marché canadien. Les autres visaient les marchés d'exportation, principalement les États-Unis. Par contre, dans les autres provinces, les ventes en gros de véhicules automobiles ont été faites presque exclusivement sur le marché canadien.

Québec : ralentissement des ventes pour une deuxième année d'affilée

En 2006, le Québec a affiché un taux de croissance des ventes inférieur à la moyenne nationale. Les ventes en gros ont progressé de 3,4 % pour se chiffrer à presque 94 milliards de dollars. Il s'agit là de la deuxième année consécutive, où l'on observe un ralentissement du taux de croissance annuel des ventes de la province qui, pas plus tard qu'en 2004, avait progressé de 7,5 % à ce chapitre.

Cette performance assez terne est principalement attribuable à une croissance des ventes inférieure à la moyenne dans le secteur des articles personnels et ménagers (+1,4 %) et dans celui de l'automobile (+0,5 %). Seul le secteur des « produits divers » a profité d'une croissance (+7,9 %) nettement supérieure à la moyenne provinciale. Le secteur des produits alimentaires et de l'alcool, qui en est un très important puisqu'il accapare le quart des ventes en gros au Québec, a également connu une bonne année (+4,3 %).

Les résultats médiocres du secteur des articles personnels et ménagers s'expliquent principalement par le relâchement des ventes d'articles ménagers. Cependant, des hausses substantielles avaient été observées dans ce groupe de commerce au cours des deux années précédentes.

Les grossistes de produits pharmaceutiques, en revanche, se sont bien mieux tirés d'affaire, leurs ventes ayant grimpé de 9,9 %. Cette hausse faite suite à une croissance de 5,0 % enregistrée l'année précédente.

Dans le secteur de l'automobile, les ventes ont été freinées par le repli du groupe des pièces et accessoires de véhicules automobiles (-2,1 %) qui représente environ 40 % des ventes du secteur.

Le groupe de commerce des véhicules automobiles a obtenu des résultats plus reluisants, ses ventes s'étant accrues de 2,1 % au cours de l'année.

La progression du secteur des « produits divers » mérite d'être soulignée, puisqu'elle survient après deux années de croissance supérieure à 10 %. La demande très importante de matériaux recyclés explique en grande partie la hausse observée en 2006.

La région de l'Atlantique amorce une remontée après deux années de repli

Globalement, les ventes en gros dans les provinces de l'Atlantique ont amorcé une remontée en 2006 après deux années de repli. Bien qu'elles restent encore bien en deçà de la moyenne nationale, les ventes dans cette région ont enregistré une croissance de 2,3 %, la plus forte depuis 2000.

Trois des quatre provinces de la région ont affiché des hausses en 2006, mais seule Terre-Neuve-et-Labrador s'est distinguée par une croissance (+6,9 %) supérieure à la moyenne nationale. L'Île-du-Prince-Édouard a été la seule province de l'Atlantique à accuser un recul, qui s'explique principalement par la consolidation des opérations dans un secteur clé du commerce de gros.

À Terre-Neuve-et-Labrador, la croissance a surtout été stimulée par l'augmentation des ventes dans le secteur des produits alimentaires et dans celui des machines et des fournitures électroniques, ces deux secteurs représentant ensemble les deux tiers environ des ventes en gros de la province.

La deuxième hausse en importance a été enregistrée en Nouvelle-Écosse (+3,7 %), où tous les secteurs sauf celui des machines et des fournitures électroniques ont progressé. Cette croissance s'explique notamment par le redressement du secteur des produits alimentaires et de l'alcool, qui avait grandement contribué aux baisses observées au cours des deux dernières années. Accaparant environ 25 % des ventes totales, ce secteur est le plus important du commerce de gros en Nouvelle-Écosse.

Les grossistes du Nouveau-Brunswick ont mis un terme à un déclin qui s'est poursuivi durant trois années consécutives, mais la hausse enregistrée reste assez faible (+0,9%). L'augmentation des ventes dans le secteur des articles personnels et ménagers de même que dans celui des produits divers a été largement neutralisée par les baisses dans les secteurs des produits alimentaires ainsi que des machines et des fournitures électroniques. C'était une troisième baisse consécutive pour le secteur des produits alimentaires qui avait été à l'origine du repli marqué observé dans la province en 2005.

À l'Île-du-Prince-Édouard, les ventes en gros ont encore diminué de façon importante (-17,5 %) en 2006, ce qui vient s'ajouter à la baisse de 11 % de 2005. Toutefois, la contraction des ventes en 2006 a été presque entièrement attribuable à la restructuration des opérations dans un secteur clé. Ces régressions récentes surviennent après deux années consécutives de forte croissance.

Tableau 1 Ventes des grossistes par groupes de commerce, Canada, 2005 et 2006

Groupe de commerce	Ventes		Taux de croissance annuel
	2005	2006	
	en milliers de dollars		en %
Produits agricoles	5 548 771	5 247 117	-5,4
Produits alimentaires, tabac et alcool	86 866 429	90 863 357	4,6
Produits alimentaires	79 308 467	82 974 747	4,6
Alcool et tabac	7 557 962	7 888 610	4,4
Articles personnels et ménagers	66 876 093	72 394 788	8,3
Habillement	8 923 115	9 015 060	1,0
Articles ménagers et personnels	27 747 574	31 319 988	12,9
Produits pharmaceutiques	30 205 404	32 059 740	6,1
Produits automobiles	90 419 365	94 466 648	4,5
Véhicules automobiles	71 919 755	75 854 902	5,5
Pièces et accessoires de véhicules automobiles	18 499 610	18 611 746	0,6
Matériaux de construction	66 133 532	70 490 495	6,6
Matériaux de construction	39 302 539	42 658 252	8,5
Produits métalliques	13 566 164	15 120 305	11,5
Bois d'oeuvre et menuiseries	13 264 829	12 711 938	-4,2
Machines et fournitures électroniques	95 533 698	104 787 557	9,7
Machines et fournitures	45 240 054	49 420 662	9,2
Ordinateurs et autres appareils électroniques	28 606 313	31 479 533	10,0
Machines de bureau et d'usage professionnel	21 687 331	23 887 362	10,1
Produits divers	56 665 087	59 147 677	4,4
Total	468 042 978	497 397 632	6,3

Note : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.
Source : Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de gros, CANSIM, tableau 081-0007.

Tableau 2 Ventes des grossistes par provinces et territoires, 2005 et 2006

Géographie	Ventes		Taux de croissance annuel
	2005	2006	
	en milliers de dollars		en %
Terre-Neuve-et-Labrador	2 588 179	2 766 027	6,9
Île-du-Prince-Édouard	524 807	432 719	-17,5
Nouvelle-Écosse	6 241 764	6 472 281	3,7
Nouveau-Brunswick	4 863 783	4 908 923	0,9
Québec	90 627 611	93 697 298	3,4
Ontario	235 850 007	250 920 516	6,4
Manitoba	11 547 078	11 901 503	3,1
Saskatchewan	13 644 694	13 556 419	-0,6
Alberta	54 550 593	61 644 839	13,0
Colombie-Britannique	47 276 977	50 724 846	7,3
Territoire du Yukon	95 086	119 067	25,2
Territoires du Nord-Ouest	207 583	229 504	10,6
Nunavut	24 816	23 684	-4,6
Canada	468 042 978	497 397 632	6,3

Note : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.
Source : Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de gros, CANSIM, tableau 081-0007.